

ОАНО ДПО «СКАЕНГ»

Утверждаю

Генеральный директор

Айнетдинов Р. Х.



«29» января 2021 г.

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа

«Интернет-маркетинг»

для взрослых учащихся

Составитель:

Лисица Елена Сергеевна,

Контент-менеджер проекта «Математика»

ОАНО ДПО «СКАЕНГ»

Москва

2021 г.

Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная (общеразвивающая) программа «Интернет-маркетинг» предназначена для совершенствования профессиональных компетенций широкого круга лиц, желающих начать работать в сфере интернет-маркетинга и освоить способы продвижения товаров и услуг.

В основе программы лежат следующие **федеральные нормативные акты**:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N295 (ред. от 31.03.2017)
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам. Приказ МОиН РФ от 01.07.2013 №499/99;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам. Приказ Министерства просвещения РФ от 9 ноября 2018 г. N 196
- Показатели, характеризующие общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по дополнительным профессиональным программам. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 15 апреля 2019 г. N 31н

Актуальность программы определяется содержанием обучения, отвечающим образовательным потребностям обучающихся, желающих вести профессиональную деятельность в сфере интернет-маркетинга, что является важным профессиональным навыком для специалистов, работающих в сфере бизнеса и маркетинга.

Новизна программы и ее отличительная особенность заключается в использовании наставничества для практического освоения лекционного материала. **Педагогическая целесообразность программы** обусловлена удовлетворением персональных образовательных потребностей обучающихся.

Цель и задачи программы

Цель: научиться использовать инструменты интернет-маркетинга для продвижения товаров и услуг.

Задачи курса: научиться

- использовать разрабатывать и использовать различные стратегии продвижения на основе анализа рынка и конкурентов
- создавать и тестировать рекламные креативы и сайты
- настраивать контекстную рекламу в B2B
- делать маркетинг мобильных приложений
- создавать PR-активности, необходимые маркетологу
- использовать основные инструменты и источники медийной рекламы и управлять programmatic кампаниями

- запускать таргетированную рекламу в Facebook, Instagram, VK, Mytarget и других каналах
- запускать контекстную рекламу в Яндекс, Google и видеорекламу на Youtube
- использовать performance маркетинг в TikTok
- продвигать товары и услуги в Яндекс.Дзен
- строить привлечение трафика через CPA-сети и фиксировать стоимость привлечения клиентов
- использовать стратегии продвижения в SEO
- продвигать бизнес на площадках snapchat, linkedin, twitter
- анализировать в сервисах web-аналитики результаты рекламных кампаний и масштабировать эффективные
- управлять атрибуцией,
- когда много каналов привлечения и несколько
- сущностей — сайты и мобильные приложения.
- управлять атрибуцией, когда много каналов привлечения и несколько сущностей — сайты и мобильные приложения
- формировать, анализировать и корректировать пользовательский путь под нужды бизнеса за счет email, sms, браузерных пушей, ретаргетинга, мессенджер-маркетинга
- проводить A/B/N — тестирования в рамках email-маркетинга и проектировать переменные для тестов
- грамотно проходить собеседование
- нанимать маркетолога
- создавать PR-активности для продвижения личного бренда
- создавать простой e-commerce сайт на Tilda.

Форма обучения – заочная (дистанционная).

Программа рассчитана на **120 часов** и состоит из 21 модуля.

Характер занятий: занятия включают теоретические и практические.

Режим занятий по индивидуальному плану обучающегося.

Планируемые результаты:

В результате освоения программы обучающиеся научатся:

- использовать разрабатывать и использовать различные стратегии продвижения на основе анализа рынка и конкурентов
- создавать и тестировать рекламные креативы и сайты
- настраивать контекстную рекламу в B2B
- делать маркетинг мобильных приложений
- создавать PR-активности, необходимые маркетологу
- использовать основные инструменты и источники медийной рекламы и управлять programmatic кампаниями
- запускать таргетированную рекламу в Facebook, Instagram, VK, Mytarget и других каналах
- запускать контекстную рекламу в Яндекс, Google и видеорекламу на Youtube
- использовать performance маркетинг в TikTok
- продвигать товары и услуги в Яндекс.Дзен
- строить привлечение трафика через CPA-сети и фиксировать стоимость привлечения клиентов
- использовать стратегии продвижения в SEO
- продвигать бизнес на площадках snapchat, linkedin, twitter
- анализировать в сервисах web-аналитики результаты рекламных кампаний и масштабировать эффективные
- управлять атрибуцией,
- когда много каналов привлечения и несколько
- сущностей — сайты и мобильные приложения.
- управлять атрибуцией, когда много каналов привлечения и несколько сущностей — сайты и мобильные приложения
- формировать, анализировать и корректировать пользовательский путь под нужды бизнеса за счет email, sms, браузерных пушей, ретаргетинга, мессенджер-маркетинга
- проводить A/B/N — тестирования в рамках email-маркетинга и проектировать переменные для тестов
- грамотно проходить собеседование
- нанимать маркетолога
- создавать PR-активности для продвижения личного бренда
- создавать простой e-commerce сайт на Tilda.

Контроль в каждом модуле осуществляется в виде: текущего контроля (наставник анализирует выполненную обучающимся работу). Итоговый контроль осуществляется методом портфолио - по совокупности выполненных заданий в курсе.

Материально-техническое обеспечение программы:

- 1) Персональный компьютер (стационарный компьютер/ноутбук).
- 2) Микрофона и наушник.
- 3) Установленная на персональный компьютер программа Skype.
- 4) Установленный на персональный компьютер браузер Google Chrome.
- 5) Необходимая скорость интернет-соединения - от 5 МБит/с, ping не выше 50.

Учебно-тематический план:

Модуль	Содержание	Количество часов	
		Аудиторных	Самостоятельная работа
1. Digital-стратегия	1. Вводный урок. Стратегия 2. Анализ рынка и конкурентов. 3. CustDev 4. Разработка стратегии позиционирования 5. Ответы на вопросы	4	4
2. Креатив	1. Введение в креатив 2. Создание посадочных страниц 3. Как найти копирайтера и дизайнера 4. Ответы на вопросы учеников	2	2
3. Маркетинг для B2B	1. Контекстная реклама в b2b. Проектирование CJM. 2. Контент-маркетинг в b2b и его интеграция в прямую таргетированную рекламу. 3. PR в b2b. Как и зачем писать статьи и как попасть на страницы Forbes, Ведомости, Коммерсант 4. Продажи в b2b. Как правильно обрабатывать лиды и контролировать отдел продаж	3	3
4. Продвижение мобильных приложений	1. Вводный урок по мобильному маркетингу 2. Тренды в онлайн-маркетинге 3. Мобильная аналитика	2	2
5. PR продвижение	1. Использование PR правильно и интеграция его в воронку продвижения 2. создание PR-активностей, необходимых маркетолог	1	1
6. Медийная реклама и Programmatic	1 Основы Programmatic 2 Возможности Programmatic на примере DV360 3 Базовые навыки по установке дисплей кампании в DV360 4 Краткий экскурс в YouTube	3	3
7. Таргетирован	1. Вводное занятие в Performance-маркетинг.	5	5

ная реклама	Составление CJM и генерация гипотез. 2. Вводное занятие в Paid Social. Facebook. Занятие 1. 3. Facebook. Занятие 2. 4. Facebook. Занятие 3. 5. VK & MyTarget 6. Twitter, Snapchat, LinkedIn 7. Ответы на вопросы учеников		
8. Контекстная реклама	1. Вводное занятие в Performance-маркетинг. Составление CJM и генерация гипотез. 2. Вводное занятие в Paid Social. Facebook. Занятие 1. 3. Facebook. Занятие 2 4. Facebook. Занятие 3. 5. VK & MyTarget 6. Twitter, Snapchat, LinkedIn 7. Ответы на вопросы учеников	5	5
9. Реклама в Tiktok	1. Performance в TikTok	1	1
10. Продвижение в Яндекс.Дзен	1. Как продвигать бизнес через инструменты Яндекс.Дзен 2. Как бренду или специалисту вести блог в Яндекс.Дзен	1	1
11. Работа с CPA-сетями	1. Что такое CPA-сети. Кто такой веб-мастер. Зачем они нужны 2. Обзор основных CPA-сеток, плюсы и минусы работы с ними. 3. Как быстро запустить CPA-привлечение. Когда нужно создавать свою партнерку 4. Какие бывают ошибки при размещении в CPA. 5. Как сделать так, чтобы CPA рос и составлял до 15% в общем маркетинге. 6. Кейсы и антикейсы	5	5
12. SEO- продвижение	1. Как работают поисковые системы 2. Стратегии продвижения в SEO 3. Текстовая оптимизация сайта 4. Как искать и контролировать SEO-подрядчика	4	4
13. Продвижение в Snapchat, LinkedIn, Twitter	1. Обзор площадки Snapchat 2. Обзор площадки linkedin 3. Обзор площадки twitter 4. Разбор кейсо	2	2
14. Web- аналитика	1. Вводный урок по аналитике. 2. Google Analytics: установка кода, базовое знакомство с интерфейсом. UTM-метки. 3. Яндекс Метрика: установка кода, базовое знакомство с интерфейсом 4. Google Tag Manager и работа с событиями 5. Мобильная аналитика: особенности и основные системы 6. Анализ данных: способы и метрики 7. Ответы на вопросы учеников	5	5
15. Web- аналитика.2	1. Анализ рекламных кампаний. Пути до конверсии. Ассоциированные	3	3

	конверсии. 2. Модели атрибуции. Вводные в сквозную аналитику. 3. Ответы на вопросы учеников		
16. Продвинутая аналитика	1. Сквозная аналитика PRO. Как управлять атрибуцией, когда много каналов привлечения и несколько сущностей — сайты и мобильные приложения. 2. Какие отчеты нужны бизнесу для успешного принятия решений.	3	3
17. Growth hacking & Activation	1. Вводное занятие в Growth Hacking. 2. Прототипирование воронки. CJM. 3. A/B тесты 4. Ответы на вопросы учеников	3	3
18. Retention marketing	1. Вводное занятие в Retention-маркетинг 2. Обзор основных платформ 3. Сегментация клиентской базы. RFM и когортный анализ. 4. Триггерные коммуникации. Разработка триггерной карты. 5. Базовая верстка и дизайн. 6. A/B тесты в retention-маркетинге. 7. Ответы на вопросы учеников	5	5
19. Карьерная консультация и найм маркетолога	Как правильно нанимать маркетологов и как проходить собеседования на должность директора по маркетингу Как правильно общаться с HR Как лучше выполнять тестовые задания Как получить работу мечты	1	1
20. Создание личного бренда	1. Зачем нужен личный бренд, какие дает преимущества (вводный урок) 2. Стратегии выстраивания личного бренда. Создание собственного позиционирования 3. Создание контент-стратегии для личного бренда 4. Стратегии набора подписчиков и их последующей конверсии	1	1
21. Дизайн в e-commerce	1. Введение в создание e-commerce сайта 2. Создание простого e-commerce сайта на Tilda	1	1
Итого		60	60
		120	

Кадровое обеспечение образовательного процесса

Квалификация педагогических работников Организации соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденного приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 11 января 2011 г. N 1н